

# **STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENYELENGGARA JAMINAN SOSIAL (BPJS) KESEHATAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM JAMINAN KESEHATAN NASIONAL (JKN) DI KOTA PEKANBARU**

Oleh :

**Wia Ruri Wilanda**

Email : [wie\\_ruri@yahoo.com](mailto:wie_ruri@yahoo.com)

**Pembimbing : Evawani Elysa Lubis M.Si**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Humas

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau, Pekanbaru

Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## **Abstrak**

Sesuai UU No 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) untuk memberikan jaminan sosial menyeluruh bagi setiap orang dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar hidup yang layak menuju terwujudnya masyarakat Indonesia yang sejahtera, adil, dan makmur. Dalam UU No 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan juga ditegaskan bahwa setiap orang mempunyai hak yang sama dalam memperoleh akses atas sumber daya di bidang kesehatan dan memperoleh pelayanan kesehatan yang aman, bermutu, dan terjangkau. Dari undang-undang tersebut, tanpa terkecuali seluruh masyarakat di Indonesia wajib menjadi peserta BPJS. Jaminan kesehatan secara universal diharapkan bisa dimulai secara bertahap pada 2014 dan pada 2019, diharapkan seluruh warga Indonesia sudah memiliki jaminan kesehatan tersebut.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikator BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru dan untuk mengetahui strategi khalayak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru.

Penelitian ini dilakukan di BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru. Subjek dari penelitian ini adalah pegawai pada Bidang Penyuluhan pada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru yang berjumlah 10 orang informan seperti (Kepala cabang, Kepala Unit Pemasaran, dan Staf) dan masyarakat yang sudah tergabung dan tidak tergabung sebagai peserta BPJS Kesehatan. Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah disebutkan diatas, maka data yang diperlukan, antara lain data primer dan data sekunder. Untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program jaminan kesehatan nasional (JKN) mencakup strategi komunikator BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, strategi khalayak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, strategi pesan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, dan strategi media BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru.

**Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Sosialisasi Program JKN**

***Health communication strategy BPJS in disseminating national health Assurance  
Program (JKN) in the city of Pekanbaru.***

By :

Wia Ruri Wilanda

Email : [wie\\_ruri@yahoo.com](mailto:wie_ruri@yahoo.com)

Consellor : Evawani Elysa Lubis M.Si

Major of Communication Science-Public Relation

Faculty of Social Political Science

Riau University, Pekanbaru

Campus Bina Widya, H.R Soebrantras Street Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

***Abstract***

*In accordance of law No. 40 of 2004 on National Social Security Systems (SJSN) to provide comprehensive social security for everyone in order to meet the basic needs of a decent living towards the realization of a prosperous Indonesia society, fair, and prosperous. In Act No. 36 of 2009 on health also asserted that everyone has equal rights to obtain access to resources in the areas of health and obtain health services that are safe, high quality, and affordable. Of the Act, without exception all communities in mandatory Inonesia became participants of the BPJS. Health coverage is universally expected to be started gradually in 2014 and 2019, expected throughout Indonesia citizens already have health coverage. As for the purpose of this research is to find out and analyze the strategies of health city of Pekanbaru BPJS communicators in disseminating national health assurance program (JKN) in the city of Pekanbaru and to know the strategies of health city of Pekanbaru BPJS audiences in disseminating national health assurance program (JKN) in the city of Pekanbaru.*

*This research was conducted in the city of Pekanbaru Health BPJS. The subject of this research is in the field of employee Guidance on Health BPJS Pekanbaru that add up to 10 people as informant (head of the branch, the head of the Unit's marketing, and staff) and the community that's been incorporated and is not incorporated as a participant BPJS health. In accordance with the research objectives that have been mentioned above, then the required data, among other data of primary and secondary data. Data collection techniques to do with interview techniques, observation and the study of librarianship. A data analysis method used in this research is descriptive qualitative analysis method of. The results showed that the BPJS Health communication strategy in disseminating national health assurance program (JKN) includes strategies of health city of Pekanbaru BPJS communicators, Health strategy audiences BPJS Pekanbaru, message strategy Health BPJS Pekanbaru, and media strategies of health city of Pekanbaru BPJS.*

***Keywords: strategy, Communications JKN Progam Socialization***

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

BPJS Kesehatan (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang berubah menjadi Badan Hukum Publik yang ditugaskan khusus oleh pemerintah untuk menyelenggarakan jaminan pemeliharaan kesehatan bagi seluruh rakyat Indonesia, terutama untuk Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun PNS dan TNI/POLRI, Veteran, Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya dan Badan Usaha lainnya ataupun rakyat biasa. Untuk BPJS Kesehatan mulai beroperasi sejak tanggal 1 Januari 2014, sedangkan BPJS Ketenagakerjaan mulai beroperasi sejak 1 Juli 2014. BPJS Kesehatan sebelumnya bernama Askes (Asuransi Kesehatan), yang dikelola oleh PT Askes Indonesia (Persero), namun sesuai UU No. 24 Tahun 2011 tentang BPJS, PT. Askes Indonesia berubah menjadi BPJS Kesehatan sejak tanggal 1 Januari 2014.

Setiap perusahaan wajib mendaftarkan pekerjaannya sebagai anggota BPJS. Sedangkan orang atau keluarga yang tidak bekerja pada perusahaan wajib mendaftarkan diri dan anggota keluarganya pada BPJS. Setiap peserta BPJS akan ditarik iuran yang besarnya ditentukan kemudian. Sedangkan bagi warga miskin, iuran BPJS ditanggung pemerintah melalui Program Bantuan Iuran (PBI). Menjadi peserta BPJS tidak hanya wajib bagi pekerja di sektor formal, namun juga pekerja informal. Pekerja informal juga wajib menjadi anggota BPJS Kesehatan. Para pekerja wajib mendaftarkan dirinya dan membayar iuran sesuai dengan tingkatan manfaat yang diinginkan.

Sesuai UU No 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) untuk memberikan jaminan sosial menyeluruh bagi setiap orang dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar hidup yang layak menuju terwujudnya masyarakat Indonesia yang sejahtera, adil, dan makmur. Dalam UU No 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan juga ditegaskan bahwa setiap orang mempunyai hak yang sama dalam memperoleh akses atas sumber daya di bidang kesehatan dan

memperoleh pelayanan kesehatan yang aman, bermutu, dan terjangkau. Dari undang-undang tersebut, tanpa terkecuali seluruh masyarakat di Indonesia wajib menjadi peserta BPJS. Jaminan kesehatan secara universal diharapkan bisa dimulai secara bertahap pada 2014 dan pada 2019, diharapkan seluruh warga Indonesia sudah memiliki jaminan kesehatan tersebut. Menteri Kesehatan Nafisah Mboi menyatakan BPJS Kesehatan akan diupayakan untuk menanggung segala jenis penyakit namun dengan melakukan upaya efisiensi Pekanbaru khususnya, hingga saat ini baru 45 persen pegawai swasta yang sudah mendaftarkan dirinya ke BPJS. Demikian disampaikan Kepala BPJS Kesehatan Divisi Regional II, Benjamin S Saut PS, pada acara *Coffe Morning* bersama Apindo, PWI Riau, dan berbagai stake holder lainnya. Ditambahkannya, sebanyak 55% perusahaan yang belum mendaftarkan karyawannya disebabkan masih terikat program asuransi dengan pihak lain dan ada yang masih menunggu perkembangan politik.

Saat ini program-program kegiatan yang dilakukan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di kalangan masyarakat sangat beragam, seperti salah satu program kegiatan yang ada saat hari minggu pagi di acara CFD (*Car Free Day*). BPJS Kesehatan melakukan program kegiatan ini dengan menarik perhatian masyarakat yang melakukan olahraga pagi di sepanjang ruas jalan Diponegoro. Menjadi menarik dengan adanya *stand* BPJS Kesehatan pada satu tempat disepanjang jalan tersebut, *feedback* yang didapat disini dapat dikatakan memuaskan, karena banyaknya masyarakat yang berhenti di *stand* tersebut dan bertanya seputar bagaimana proses pengalihan kartu askes kepada BPJS Kesehatan.

Keberadaan BPJS Kesehatan yang berperan sebagai pemberi informasi bagi masyarakat tentang pentingnya Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) harus mampu menciptakan saluran sistem informasi lengkap yang berperan menyebarkan informasi secara tepat, cepat, aktual. Peranan

penyampai informasi dalam sebuah organisasi merupakan bagian dari suatu alat atau saluran untuk memperlancar proses interaksi positif dan menyebarluaskan informasi serta publikasi. BPJS Kesehatan harus mampu memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan masyarakat sehubungan kebutuhan terhadap informasi BPJS, sehingga masyarakat memiliki ketertarikan untuk bergabung maupun berpindah kepada BPJS.

Dengan melihat konteks kepada BPJS Kesehatan dalam permasalahan ini, strategi komunikasi menjadi kunci dasar sebagai langkah yang sangat dibutuhkan dalam sosialisasi agar terlaksananya Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru. BPJS Kesehatan harus mampu untuk menuangkan strategi komunikasi terbaik agar tercapainya target pemerintahan untuk pemerataan penggunaan BPJS Kesehatan dapat terlaksana secepatnya. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi komunikasi BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru.

## **I.2. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui strategi komunikator BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui strategi khalayak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru
- c. Untuk mengetahui strategi pesan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru
- d. Untuk mengetahui strategi pemilihan media BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program

Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru

## **I.3. Metode Penelitian**

### **I.3.1 Desain Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan menggambarkan perbandingan antara teori dan praktek di lapangan kemudian di analisa untuk ditarik kesimpulan dan saran yang sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

### **I.3.2. Lokasi dan Jadwal Penelitian**

Penelitian ini berlokasi pada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru yang beralamat di Jalan Jend. Sudirman No. 30 & 32 Tangkerang Tengah, Marpoyan Damai - Pekanbaru. Penelitian dilakukan pada bulan Februari 2016 – Juni 2016.

### **I.3.3. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah pegawai pada Bidang Penyuluhan pada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru yang berjumlah 10 orang *informan* seperti (Kepala cabang, Kepala Unit Pemasaran, dan Staf) dan masyarakat yang sudah tergabung dan tidak tergabung sebagai peserta BPJS Kesehatan. Metode penentuan *informan* pada penelitian ini adalah dengan metode *Purposive* dan *accidental*.. Kemudian masyarakat sebagai subjek penelitian selanjutnya adalah dengan metode *accidental*, dimana peneliti memilih peserta BPJS yang kebetulan ditemui di lokasi penelitian.

Yang menjadi objek penelitian ini adalah strategi BPJS Kesehatan dalam sosialisasi BPJS Kesehatan.

### **I.3.4. Jenis dan Sumber Data**

Untuk memperoleh data-data yang penulis butuhkan dalam penelitian ini yang meliputi:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung ke lapangan penelitian, dimana data tersebut merupakan data hasil tanggapan informan baik dari hasil wawancara maupun hasil observasi yang diperoleh di lapangan.
- b. Data Sekunder adalah data-data yang diperoleh bersumber dari

dokumentasi yang ada di lokasi penelitian, Data sekunder dari penelitian ini adalah data yang bersumber dari dokumentasi Dinas BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, baik itu berupa hasil data yang diperoleh dari lapangan, gambaran dalam sosialisasi dan lainnya. Seluruh data yang didapat akan diolah peneliti.

### **I.3.5 Teknik Pengumpulan data**

Ada tiga cara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

### **I.3.6. Teknik Analisis Data**

Sejalan dengan jenis dan tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskriptif atau gambaran secara faktual mengenai fakta-fakta dan sifat. Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan penulis menggunakan metode deskriptif Hasil penelitian yang penulis peroleh dari lapangan selanjutnya dianalisa dengan metode deskriptif yakni untuk melihat gambaran kondisi yang ada dilapangan kemudian disesuaikan dengan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan sosialisasi BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru kepada masyarakat.

### **I.3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Teknik Pemeriksaan Keabsahan data dilakukan dalam penelitian bertujuan agar hasil dari suatu penelitian dapat dipertanggungjawabkan dari segala segi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang relevan dalam penelitian yaitu ; Perpanjangan Keikutsertaan, Triangulasi.

## **I.4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **I.4.1. Hasil Penelitian**

Program-program sosialisasi yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sudah menjadi program yang telah direncanakan sebelumnya oleh BPJS Kesehatan Pusat. Kepala BPJS Kesehatan Divisi Regional II, Benjamin S Saut PS, menyatakan bahwa segala jenis sosialisasi ditiap daerah telah melalui rapat yang telah dikoordinasikan sebelumnya pada saat

peresmian BPJS Kesehatan . menurutnya kegiatan sosialisasi di Kota Pekanbaru telah menjadi agenda yang ditetapkan bentuk sosialisasinya. Media, program kegiatan, hingga sosialisasi dari desa ke desa telah menjadi agenda sosialisasi yang tersusun sebelumnya. Saat ini bagaimana masyarakat menyikapinya dengan baik, kemudian dengan mengurus kepesertaan BPJS Kesehatan adalah hal utamanya.

Dalam perjalanannya, menurut Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan sendiri sudah dilakukan dengan maksimal. Namun, masalah-masalah eksternal yang tidak dapat dielakkan menjadi sebab mengapa target tetap tidak tercapai. Menurutnya semua skema strategi untuk sosialisasi telah dilakukan. Perkembangan yang terlihat adalah lebih banyak pendaftaran kepesertaan yang tercapai pada tahun ini dibandingkan tahun sebelumnya. Masyarakat sudah mulai menerima perubahan dari Askes kepada BPJS Kesehatan.

“ Kita akan tetap melakukan sosialisasi walaupun ini berjalan lambat dan masyarakat kurang peka dengan perubahan ini. Kita ingin mewujudkan kemajuan kesehatan yang baik untuk mengejar ketertinggalan dari Negara lain.” (wawancara dengan Kacab BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus)

Hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa BPJS Kesehatan tetap melakukan sosialisasi hingga masyarakat di seluruh Riau tergabung dengan BPJS Kesehatan secara keseluruhan.

### **I.4.1.1. Strategi Komunikator BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru**

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sangat memperhatikan komunikator dalam menyampaikan pesan ataupun siapa saja



yang akan menjadi penyampai pesan kepada khalayak, jika tidak maka pesan yang disampaikan akan tidak dimengerti oleh sasaran terlebih jika daya tarik sumber tidak membuat khalayak untuk berminat untuk mendengarkan apa-apa yang disampaikan oleh komunikator.

Adapun strategi komunikator yang sering diperhatikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebelum melakukan sosialisasi adalah :

“Pada saat BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru mengadakan sosialisasi biasanya seluruh Staf BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, dilibatkan secara langsung. Sosialisasi yang kami lakukan dengan berbagai kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang pentingnya kepesertaan BPJS Kesehatan bagi masyarakat”(wawancara dengan Kacab BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE, MM, 11 Agustus 2015)

Dari hasil wawancara dan pengamatan penulis, maka dapat disimpulkan strategi komunikator BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan tentang BPJS Kesehatan selalu memperhatikan kredibilitas seorang narasumber untuk bisa mensukseskan setiap kegiatan sosialisasi.

Dapat diketahui bahwa pegawai melakukan pelatihan dan pengembangan keahlian bagi pegawai guna untuk mengetahui dan menguasai segala sesuatu tentang BPJS Kesehatan sebelum melakukan penetrasi terhadap masyarakat.

#### **I.4.1.2. Strategi Khalayak BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru**

Dalam kegiatan pemilihan sasaran komunikasi, terlebih dahulu perlu ditentukan siapa yang menjadi sasaran atau khalayak yang akan dituju baik itu individu, kelompok, ataupun publik umum yang nantinya mempengaruhi secara kritis apa yang di

sampaikan oleh komunikator mengenai apa yang dikatakan serta bagaimana cara mengatakan, kapan mengatakannya, dimana dan kepada siapa mengatakannya.

Dalam menentukan khalayak komunikator terlebih dahulu harus ditetapkan siapa saja sasaran yang akan menjadi khalayak komunikator. Hal ini karena masyarakat atau kelompok orang yang akan menjadi sasaran komunikator tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan yang akan dibuat oleh komunikator. Keputusan tersebut meliputi apa yang dikatakan, bagaimana mengatakannya, kapan mengatakannya, dimana, dan kepada siapa mengatakannya. Dalam melakukan analisis terhadap kelompok sasaran maka hal pertama yang harus diperhitungkan adalah memperkirakan kesan audiens terhadap suatu permasalahan yang akan dibahas.

Dalam melaksanakan komunikasi maka yang menjadi khalayak atau kelompok sasaran BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru adalah seluruh masyarakat yang ada di Kota Pekanbaru. Dalam strateginya, BPJS Kesehatan hanya perlu meletakkan teknik sosialisasi yang berbeda di tiap lapisan masyarakat. Perbedaan pendidikan, usia, dan pekerjaan mempengaruhi bagaimana masyarakat menerima informasi yang diberikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru. Hal ini dipertegas oleh Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM:

“Untuk setiap sosialisasi yang kami lakukan dibedakan dengan cara penyampaian. Untuk sosialisasi terhadap instansi atau lembaga baik swasta maupun pemerintahan tetap dilakukan melalui media-media seperti radio, surat kabar dan seminar yang diselenggarakan. Namun dibedakan untuk masyarakat, selain menggunakan media tadi, kami mengadakan *stand* BPJS Kesehatan sebagai teknik pendekatan yang rutin dilakukan secara keliling di setiap Kecamatan, baik itu di puskesmas, rumah sakit dan jalan.” (wawancara tanggal 11 Agustus 2015)

Tanggapan Salah seorang staff BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dibawah ini menggambarkan faktor yang menjadi pendukung strategi khalayak :

”Sejauh ini BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru mampu menyampaikan informasi-informasi dan mensosialisasikan baik informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada publik penyampaian informasi ini dilakukan melalui baliho yang terpampang disudut Kota Pekanbaru dan melalui media radio RRI Kota Pekanbaru”. (Wawancara pada tanggal 11 Agustus 2015)

Tanggapan Salah seorang staff BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dibawah ini menggambarkan faktor yang menjadi pendukung strategi khalayak :

”Sejauh ini BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru mampu menyampaikan informasi-informasi dan mensosialisasikan baik informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada publik penyampaian informasi ini dilakukan melalui baliho yang terpampang disudut Kota Pekanbaru dan melalui media radio RRI Kota Pekanbaru”. (Wawancara pada tanggal 11 Agustus 2015)

Dari hasil wawancara diatas pihak BPJS Kesehatan menetapkan bahwa perbedaan yang dilakukan pada saat sosialisasi untuk lebih mengarah kepada jenis sosialisasinya.Strategi yang digunakan BPJS Kesehatan mengenai pemilihan sasaran komunikasi kepada khalayak dengan penekanan kepada identifikasi siapa saja sasaran dari tiap sosialisasinya, sehingga tidak ada *layer* yang menghalangi diterimanya informasi tersebut kepada masyarakat.

#### **I.4.2.3.Strategi Pesan BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru**

Untuk dapat dimengerti dengan baik oleh masyarakat, pesan yang disampaikan harus dapat dimengerti dan dicerna dengan baik oleh masyarakat. Sehingga pengolahan pesan harus diperhatikan lebih seksama agar strategi komunikasi dalam proses sosialisasi dapat berjalan dengan lancar. Pesan merupakan sesuatu yang memberi pengertian terhadap penerimanya.Pesan komunikasi dalam mensosialisasikan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menentukan keberhasilan strategi komunikasi tersebut.Apabila penyampaian pesan komunikasi dalam sosialisasi tidak ditetapkan dengan benar maka pelaksanaan sosialisasi juga tidak akan berjalan baik dan lancar.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui mengenai strategi pesan komunikasi untuk mensosialisasikan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

“Secara garis besar strategi pesan sosialisasi yang kami sampaikan sudah dapat dimengerti dengan baik, dimana tujuan dari BPJS Kesehatan sendiri secara jelas sudah diterangkan dengan lengkap disetiap sosialisasi.Isi dari tiap pesan yang disampaikan untuk mengajak seluruh lapisan masyarakat dengan pesan yang sederhana dan dengan format yang jelas. Kami juga menyampaikan dengan adanya kepesertaan BPJS Kesehatan , maka seluruh masyarakat dapat menikmati dengan mudah layanan kesehatan yang sudah disediakan dihapir seluruh rumah sakit yang ada di Kota Pekanbaru” (Hasil wawancara Kepala Unit Pemasaran BPJS Kesehatan,Ibu Alicia Ade Nursyafna, SKM Kota Pekanbaru, tanggal 10Agustus 2015)

Selanjutnya, agar strategi pesan tentang kepesertaan BPJS Kesehatan dapat diterima dengan baik dikemukakan oleh Staf Adm Pemasaran, Ibu Ivo Sartika adalah sebagai berikut:

“Tujuan pesan tentang keanggotaan BPJS Kesehatan dikemas dalam penyampaian yang lebih sederhana, sehingga memudahkan

seluruh lapisan masyarakat untuk mengerti dan memahami maksud dari pesan tersebut. Sosialisasi sendiri sudah kami lakukan dengan program seperti *stand* pada acara-acara yang ada di Kota Pekanbaru. Penyampaian pesan tentunya dengan cara lebih sederhana dan bersifat mengajak yang umum digunakan. Kemudian, kami menyampaikan cara-cara pendaftaran BPJS Kesehatan yang mudah dan tidak rumit.”(wawancara tanggal 10 Agustus 2015)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penyampaian strategi pesan yang disampaikan oleh Unit Pemasaran dan Humas BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menggunakan pesan-pesan yang mudah dimengerti dan dipahami. Dari sosialisasi yang dilakukan Humas BPJS Kota Pekanbaru dapat diketahui strategi pesan sepenuhnya kepada ajakan dengan kemudahan dalam penggunaan dan pembuatan kepesertaan BPJS Kesehatan. Hal ini ditambahkan oleh Kepala Unit Pemasaran BPJS Kota Pekanbaru, Ibu Alicia Ade Nursyafna, SKM tentang strategi pesan dalam sosialisasi BPJS Kesehatan:

“Kami menyampaikan isi pesan dalam sosialisasi seperti kemudahan pendaftaran kepesertaan BPJS Kesehatan, kemudian keuntungan dari penggunaan BPJS Kesehatan pada rumah sakit yang ada di Kota Pekanbaru. Sosialisasi lebih mengarah kepada keanggotaan peserta BPJS Kesehatan sendiri, seperti proses pendaftaran, penggunaan, dan manfaat yang diperoleh.” (wawancara 11 Agustus 2015)

Selanjutnya ditambahkan kembali:

“Kita selalu menyampaikan pesan yang bersifat informatif dan mengajak masyarakat untuk segera menjadi peserta BPJS Kesehatan. Sejauh ini kita melihat

masyarakat menerima dan antusias terhadap perubahan ini. Peningkatan jumlah kepesertaan juga semakin terlihat meningkat dari beberapa bulan sebelumnya” (wawancara 11 Agustus 2015)

Selain itu bagaimana strategi pesan yang diterima oleh masyarakat sendiri sangat beragam. Dari penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara kepada pengguna maupun masyarakat yang belum terdaftar, opini masyarakat tentang kehadiran BPJS Kesehatan beragam.

“Informasi pesan yang diberikan BPJS Kesehatan sudah sangat baik, masyarakat cepat mengerti. Namun kendalanya dalam pengurusan peserta saja yang terlalu lama dan banyak prosesnya” (wawancara dengan peserta BPJS Kesehatan, Ibu Rohimah, warga Kecamatan Tampan, tanggal 15 Agustus 2015)

Ditambahkan oleh Bapak Anto, warga Kecamatan Tampan yang belum menjadi peserta BPJS Kesehatan;

“Informasinya sudah bagus, pesan yang disampaikan jelas, namun pengurusannya yang terlalu lama, sehingga saya belum mempunyai waktu untuk mengurus” (wawancara tanggal 15 Agustus 2015)

Dari hasil wawancara diatas, strategi pesan telah tersampaikan dengan baik. Kendala yang ditemui yaitu dalam pengurusan BPJS Kesehatannya saja. Dengan menghubungkan melalui teori yang ada, strategi pesan dapat ditemui pada hal ini. Perhatian kepada pesan yang disampaikan telah diterima oleh khalayak, kemudian melalui teori AIDDA, *action* yang dilakukan oleh khalayak dapat terlihat. Kekurangan yang terlihat pada faktor pengurusan yang mengatakan terlalu banyak syarat dan lain sebagainya.



Seperti hasil wawancara dengan Ibu Endang, warga kecamatan Tampan sebagai berikut:

“Ajakan untuk mendaftar sebagai peserta BPJS Kesehatan sudah pernah saya baca, tetapi masih belum ada waktu untuk mengurusnya. Informasi yang diberikan saya rasa sangat jelas dan mudah dimengerti.”  
(wawancara 15 Agustus 2015)

Pesan yang yang diberikan berupa informasi untuk mengajak masyarakat mendaftar untuk kepesertaan dirasa sudah sesuai dengan strategi komunikasi. Faktor lain yang menjadi hambatan bagi warga salah satunya adalah soal waktu untuk mengurusnya.

Opini lainnya dari Ibu Asni, warga Kecamatan Tampan tentang pesan yang disampaikan dalam sosialisasi BPJS Kesehatan:

“Sebelumnya saya mengetahui informasi BPJS Kesehatan dari berita di televisi, isi pesan yang disampaikan mudah diingat bahwa BPJS Kesehatan merupakan perubahan dari Askes. Mudah dipahami mengenai informasinya, sosialisasi di daerah saya juga disampaikan dengan baik di Kelurahan”

Dapat disimpulkan bahwa pesan yang diberikan dalam sosialisasi BPJS Kesehatan sudah dimengerti dengan baik oleh masyarakat. Adapun informasi yang diberikan telah dapat diserap dengan baik oleh masyarakat. Kegiatan sosialisasi yang diberikan BPJS Kesehatan secara praktek sudah terlaksana dengan baik.

#### **I.4.2.4.Strategi Pemilihan Media Komunikasi BPJS Kesehatan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kota Pekanbaru**

Media komunikasi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan atau khalayak. Dalam strategi sosialisasi oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru telah menyiapkan media khusus dalam mensosialisasikannya. Media komunikasi dipengaruhi oleh komunikator untuk berkomunikasi dengan berbagai tipe khalayak, baik secara formal dan nonformal, baik secara tatap muka maupun dengan menggunakan media

Menurut masyarakat iklan pada media-media yang ada tentang BPJS Kesehatan dirasa sudah cukup untuk mengajak masyarakat segera mendaftarkan diri untuk kepesertaan BPJS Kesehatan. Ditegaskan oleh warga jalan Parit Indah:

“Awalnya saya kaget dengan perubahan dari Askes kepada BPJS Kesehatan, setelah melihat iklan beberapa kali saya mencari info tentang bagaimana pendaftarannya. Mudah-mudahan dengan BPJS Kesehatan masyarakat tidak mampu terbantu, karena dulu susah untuk menggunakan kartu Askes.”  
(wawancara dengan peserta BPJS Kesehatan, Ibu Asni, tanggal 18 Agustus 2015)

Dari hasil wawancara diatas diketahui iklan tentang BPJS Kesehatan dapat dimengerti oleh masyarakat. Pencarian informasi dengan lebih menyeluruh terlihat bahwa masyarakat menyadari arti penting BPJS Kesehatan. Hal serupa juga disampaikan oleh warga di Kecamatan Lima Puluh yang belum terdaftar kepesertaan BPJS Kesehatan:

“ Saya melihat iklan tentang BPJS Kesehatan dan saya rasa sudah sesuai untuk mengajak masyarakat, namun saya belum mempunyai waktu untuk mengurusnya. Menurut teman-teman saya yang sudah menjadi peserta BPJS Kesehatan agak lama dalam pengurusan dan

mesti mengantri lama, jadi nanti sajalah saya mengurusnya.” (wawancara dengan Bapak Hendra, tanggal 14 Agustus 2015)

Kemudian, BPJS Kesehatan menggunakan beberapa media dalam proses sosialisasinya. Media komunikasi yang digunakan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan BPJS Kesehatan kepada khalayak, antara lain:

#### **a. Media Cetak**

Media cetak yang digunakan sebagai publikasi BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru seperti Riau Pos, Koran Tribun, Pekanbaru Pos, Koran Riau. Sejauh ini pada media cetak selalu memberikan informasi terkini seputar BPJS di Kota Pekanbaru. Sesuai dengan wawancara dengan Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM yang ditemui pada tanggal 11 Agustus 2015:

“Publikasi yang kami lakukan di Kota Pekanbaru adalah dengan memasukkan iklan pada Koran seperti Riau Pos, Koran Tribun, Pekanbaru Pos, dan Koran Riau. Diharapkan masyarakat dapat mengakses informasi terkini dari BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru”

Pemilihan media cetak seperti diatas menjadi pilihan utama dikarenakan pembaca Kota Pekanbaru banyak yang mengkonsumsi 10oran-koran tersebut. Sejumlah media cetak lainnya juga banyak memberikan informasi seputar BPJS Kesehatan, namun untuk media cetak lain seperti majalah proses publikasinya melalui BPJS Kesehatan Pusat.

“ Media cetak seperti majalah Tempo dan Gatra juga menyajikan informasi BPJS Kesehatan, tetapi ini melalui BPJS Kesehatan pusat. Kita hanya diberikan tugas untuk publikasi pada Koran saja” (wawancara Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru,

Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus 2015)

Media-media cetak yang menyajikan informasi tentang BPJS Kesehatan ini dapat dikatakan mampu menjangkau lapisan masyarakat di Kota Pekanbaru. Kepala UnitPemasaran BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru juga mengatakan bahwa 10oran-koran yang telah melakukan kerja sama dengan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru tetap *update* untuk perkembangan terkini BPJS Kesehatan di Kota Pekanbaru. Selain itu, iklan-iklan BPJS Kesehatan selalu ada disetiap 10oran-koran yang telah melakukan kerja sama dengan BPJS Kesehatan.

#### **b. Media Televisi dan Radio**

Media audio visual seperti televisi adalah media yang sangat baik dalam menyampaikan informasi apapun. Khalayak dapat melihat dan mendengar bentuk informasi yang disampaikan. Media seperti radio yang saat ini menjadi media yang disukai oleh pengendara roda empat juga menjadi salah satu strategi yang baik dalam penyebaran informasi. Pada strategi sosialisasi BPJS Kesehatan di Kota Pekanbaru, Media televisi yang juga menyiarkan informasi seputar BPJS Kesehatan menjadi agenda yang sudah ditetapkan melalui BPJS Kesehatan Nasional.

“Untuk media seperti televisi, di Kota Pekanbaru khususnya menayangkan seputar iklan tentang BPJS Kesehatan pada stasiun Riau Televisi (RTV). Selanjutnya untuk stasiun televisi swasta lainnya seperti Metro TV, TV One, Rajawali TV, dan Net TV sudah menjadi tanggung jawab BPJS Kesehatan Nasional. Untuk informasi dari radio, BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menggandeng beberapa stasiun radio seperti Aditya Fm, Persada Radio, Gress Fm, dan RBT Fm.” (wawancara Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus 2015)

Dari wawancara diatas dapat diketahui dengan pemilihan media televisi dan radio mana saja yang ikut berperan dalam memberikan informasi tentang BPJS Kesehatan di Kota Pekanbaru. Ditambahkan oleh beliau, bahwa radio – radio swasta yang lebih senior dalam hal ini menjadi pilihan dalam penyampaian informasi mengenai BPJS Kesehatan.

### **c. Media Tatap Muka atau Secara Langsung**

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru melakukan strategi dalam sosialisasinya dengan menggunakan tatap muka secara langsung. Program-program kegiatan BPJS Kesehatan yang dilakukan seperti mengadakan *stand* BPJS Kesehatan pada acara *Car Freeday* yang diadakan tiap hari minggu di ruas jalan Diponegoro Kota Pekanbaru. *Stand* BPJS Kesehatan sendiri dibuka dengan menawarkan pendaftaran secara langsung untuk yang belum terdaftar BPJS Kesehatan.

Selain itu seminar tentang BPJS Kesehatan juga dilakukan di berbagai tempat seperti Hotel Labersa, Hotel Pangeran dengan mengundang Kepala BPJS Sumbateg, Benjamin S Saut PS.

Kegiatan seminar ini diharapkan mampu menjadi salah satu publikasi yang menjadi pusat informasi kepada dinas-dinas terkait yang turut hadir pada seminar. Seminar ini setidaknya menjadi pedoman yang baik sebagai acuan kepada dinas-dinas di Kota Pekanbaru untuk memberitahukan kepada karyawan-karyawannya yang belum ikut serta dalam kepesertaan BPJS Kesehatan.

“ Kami juga mengadakan seminar tentang BPJS Kesehatan dengan maksud untuk mengenalkan pentingnya kepesertaan BPJS Kesehatan kepada seluruh karyawan yang ada di Kota Pekanbaru. Kami mengundang seluruh instansi yang ada di Kota Pekanbaru agar dapat berpartisipasi agar terwujudnya target pemerintah mengenai pemerataan BPJS

Kesehatan di seluruh Indonesia.”  
(wawancara Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus 2015)

Penggunaan media tatap muka atau secara langsung mempunyai keunggulan tersendiri dalam sosialisasi. *Feedback* dari peserta seminar dapat diketahui secara langsung baik itu mengenai proses pendaftaran dan bagaimana cara menggunakan kepesertaan BPJS sendiri.

Diungkapkan oleh *Relationship Officer* BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Ibu Ira Triwahyuni, SE mengenai kegiatan sosialisasi *car freeday* yang rutin dilakukan di hari minggu pagi:

“Masyarakat antusias dengan *stand* BPJS Kesehatan, dari yang dilihat minat mereka sangat besar dengan kepesertaan ini. Banyak juga pertanyaan yang diberikan seputar pendaftaran dan sebagainya. Kebetulan saat itu kami melayani untuk pendaftaran langsung ditempat dengan syarat yang dilengkapi.” (wawancara 3 September 2015)

Selanjutnya, media tatap langsung diakui efisien dimana masyarakat banyak yang mendaftarkan diri secara langsung di minggu selanjutnya. *Stand* BPJS Kesehatan yang ada di Jalan Diponegoro menjadi alternatif selain di kantor BPJS sendiri untuk pendaftaran peserta. Berikut wawancara dengan Ibu Ira Wahyuni, Amd. Keb:

“Banyak masyarakat yang mendaftar saat kami mengadakan *stand* di acara *car freeday* tersebut. Sangat membantu mereka yang pada saat hari biasa tidak dapat mengurus karena pekerjaan dan sebagainya. Hari minggu menjadi waktu yang pas bagi mereka yang banyak kesibukan di hari biasa.”  
(wawancara 3 September 2015)

Seperti yang diungkapkan Ibu Asni dalam tanggapannya mengenai *stand* pendaftaran BPJS Kesehatan yang ada di Jalan Diponegoro:

“Tetangga saya ada yang mendaftar langsung ketika BPJS Kesehatan mengadakan *stand* di acara *Car Free day*. Bagi masyarakat yang tidak mempunyai waktu luang menjadi terbantu dengan adanya *stand* tersebut” (hasil wawancara tanggal 18 Agustus 2015)

Efisiensi dari media tatap langsung menjadi sosialisasi yang terbaik yang dapat dilakukan, banyaknya masyarakat yang tidak mempunyai waktu luang dalam pengurusan di hari biasa menjadi solusi terbaik dengan diadakannya *stand* pada hari minggu tersebut.

#### **d. Baliho dan Spanduk**

Media terakhir yang digunakan dalam publikasi dan strategi sosialisasi oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru adalah Baliho dan Spanduk. Terlihat di beberapa ruas jalan protokol Kota Pekanbaru Baliho mengenai BPJS Kesehatan. Penggunaan ini untuk tetap mengingatkan masyarakat yang belum terdaftar dalam BPJS Kesehatan di Kota Pekanbaru untuk segera mendaftar. Kalimat ajakan pada Baliho dan spanduk dapat terlihat di jalan Sudirman, jalan Ahmad Yani, dan jalan Yos Sudarso Rumbai.

Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, menyampaikan titik-titik pemasangan baliho dan spanduk lebih diutamakan pada ruas jalan yang ramai dilalui oleh pengendara, dimana isinya tidak terlalu panjang namun tetap mengingatkan masyarakat agar segera melakukan pendaftaran BPJS Kesehatan.

“Kita memasang beberapa spanduk dan baliho dalam upaya memberitahukan kepada masyarakat mengenai BPJS Kesehatan di beberapa titik jalan besar di Kota Pekanbaru. Isi pesannya menyerukan untuk segera mendaftar menjadi peserta

BPJS” (wawancara Kepala Cabang BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, Mardiyanto, SE. MM, tanggal 11 Agustus 2015)

Baliho dan spanduk merupakan salah satu alat dalam penyampaian informasi kepada khalayak yang bersifat luas, dapat dikategorikan kepada media massa. Sesuai dengan teori pada penelitian ini, media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak yang tersebar di banyak tempat dengan menggunakan alat-alat komunikasi yang memiliki karakteristik.

## **5.2. Pembahasan**

Strategi yang dilakukan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) harus maksimal, selain memberikan informasi yang mudah dipahami dan mudah disampaikan kepada publik sehingga publik dapat memahami informasi yang disampaikan dengan jelas. Dalam menciptakan hubungan komunikasi dengan masyarakat, maka terdapat beberapa masalah yang memerlukan penanganan serius sehingga konflik di luar organisasi dapat terselesaikan dengan baik, sehingga menciptakan keselarasan yang harmonis dan memperbaiki hubungan konflik yang terjadi dalam organisasi.

Media yang digunakan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam menyampaikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada masyarakat dapat digunakan melalui media massa melalui media sosial/website maupun penginformasian secara lisan.

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai media penyampai informasi jaminan kesehatan nasional (JKN)) dapat mengambil beberapa kebijaksanaan dan tindakan yang terpercaya demi kepentingan public. Pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dapat merumuskan suatu kebijaksanaan terpercaya hanya melalui informasi kepada public sehingga memperoleh pengertian *goodwill*. Komunikasi yang tercipta efektif akan mengurangi kesalahpahaman dan

pertentangan baik antar personal organisasi maupun dengan masyarakat.

Bilamana komunikasi yang dilancarkan oleh Komunikator dalam hal ini penyampaian informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru kepada masyarakat/publik telah berlangsung efektif maka pesan yang akan sampai pada penerima pesan (masyarakat) akan menimbulkan suatu perubahan. Perubahan ini yang disebut out put atau efek

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru berperan dalam memberikan informasi kepada publik atau masyarakat tentang jaminan kesehatan nasional (JKN). Adapun strategi khalayak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam menginformasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) antara lain :

1. Menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat kepada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru

Adanya kepercayaan yang diberikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru kepada masyarakat atas memberikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada publik sebagai salah satu aktivitas yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, sejauh ini masyarakat menaruh kepercayaan kepada pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai media untuk menyampaikan jaminan kesehatan nasional (JKN), masyarakat memberikan penilaian bahwa BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru merupakan media yang efektif untuk menginformasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) yang dibutuhkan masyarakat, karena penginformasian melalui BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru ini pihak masyarakat menilai lebih mengapa BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru yang dipilih sebagai media yang menginformasikan jaminan kesehatan nasional, dan nilai lebih tersebut dimana BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru lebih dipercaya keberadaannya oleh masyarakat dan informasi-informasi yang disampaikan oleh BPJS Kesehatan Kota

Pekanbaru lebih akurat kevalidan informasinya.

2. Menjalin hubungan baik dengan media pers dan masyarakat

Terjalannya hubungan yang baik dengan pihak media/pers, dan masyarakat, sehingga informasi yang disampaikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dapat diinformasikan dan dipahami oleh publik. Sebagai pihak yang menginformasikan jaminan kesehatan nasional kepada masyarakat, BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru harus lebih menjalin komunikasi yang lebih baik dengan pers dan masyarakat karena dengan hubungan baik yang terjalin maka kerja sama yang terjalin akan terus berkelanjutan, karena adanya kepercayaan yang diberikan oleh masing-masing pihak kepada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai pihak yang mensosialisasikan jaminan kesehatan nasional (JKN).

Adapun strategi pesan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam menginformasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) antara lain :

1. Berperan untuk memaksimalkan penyampaian informasi  
Begitu luasnya ruang lingkup pekerjaan yang ada di BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru, maka kegiatan penyampaian informasi harus lebih maksimal karena penyampaian informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) sejauh ini sering mengalami beberapa hambatan dan terasa berat, karena pelaksanaan tugas yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru bukan hanya menyampaikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) saja namun banyak pekerjaan lainnya yang menaungi BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sehingga terkadang penyampaian informasi kepada publik yang dilakukan selama ini dirasakan masih belum maksimal
2. Memaksimalkan Komunikasi antar karyawan  
Setiap karyawan yang ada pada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru memiliki



beban kerja masing-masing sesuai dengan *job description* yang dimiliki oleh masing-masing karyawan sesuai dengan bidang kerjanya, maka penciptaan komunikasi pada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menjadi kurang terselenggara dengan baik karena masing-masing karyawan memiliki tugas masing-masing yang telah dibebankan kepada mereka, dan masing-masing karyawan sibuk dengan pekerjaannya tersebut sehingga masing-masing karyawan menjadi jarang berinteraksi dan berkomunikasi saat waktu kerja berlangsung.

3. Menyampaikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada masyarakat secara menyeluruh  
Sebagian besar masyarakat Kota Pekanbaru banyak yang belum mengetahui bahwa informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) yang diinformasikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai salah satu tugasnya, cukup banyaknya informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) yang diinformasikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru setiap waktunya, namun masih kurang maksimalnya pemberian informasi yang dilakukan pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru kepada publik sehingga masih ada segelintir masyarakat di Kota Pekanbaru dan sekitarnya yang belum mengetahui tentang informasi jaminan kesehatan nasional (JKN)

BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru perlu mensosialisasikan kepada publik sehubungan dengan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN), perlunya hubungan yang baik antar personal dalam organisasi BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru agar informasi yang disampaikan dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Media yang dipergunakan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru untuk mensosialisasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) adalah melalui media baliho, media massa (media cetak) dan media elektronik selalu diperlukan dan dibutuhkan oleh masyarakat, masyarakat setiap hari terus

mengikuti perkembangan baik sosial, ekonomi, budaya, kesehatan dan lainnya dari media cetak dan elektronik sehingga melalui media tersebut pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dapat menyajikan segala aktivitasnya dan masyarakat dapat terus mengikuti perkembangannya. Pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru memerlukan dukungan penuh dari masyarakat sehingga pihak Organisasi dapat lebih meningkatkan eksistensinya.

## **I.6. Penutup**

### **I.6.1. Kesimpulan**

1. Strategi Komunikator BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) antara lain : (a). Penyampai Informasi (*Who*), strategi BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru adalah sebagai penyampai informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada publik. (b). Menyampaikan Informasi (*Say What*), BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru berperan aktif dalam memberikan informasi yang mudah dipahami, dimengerti oleh publik sehubungan dengan jaminan kesehatan nasional (JKN) yang diinformasikan. (c). Saluran Komunikasi (*In Which Channel*), BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru merupakan media penyampai informasi kepada masyarakat/publik. (d). Menyampaikan Informasi kepublik (*To Who*), BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru sebagai media penyampai informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada masyarakat. (e) Efek (*Whith what effect*), dalam suatu organisasi diperlukan komunikasi untuk mendapatkan informasi sehingga aktivitas atau tugas yang dijalankan berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.
2. Sedangkan strategi khalayak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) antara lain : (a) adanya kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat kepada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru untuk memberikan informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada publik sebagai salah satu aktivitas yang

- dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru. (b) Terjalannya hubungan yang baik dengan pihak media/pers, dan masyarakat, sehingga informasi yang disampaikan oleh BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dapat diinformasikan dan dipahami oleh publik.
3. Sedangkan strategi pesan BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) masyarakat antara lain : (a) Kegiatan penyampaian informasi yang dijalankan terasa berat, karena dalam menyampaikan informasi dilakukan oleh pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru yang memiliki pekerjaan yang begitu kompleks sehingga terkadang penyampaian informasi yang dilakukan belum maksimal. (b) Penciptaan komunikasi pada BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru menjadi kurang terselenggara dengan baik karena masing-masing pegawai memiliki tugas tersendiri yang telah dibebankan kepada mereka sehingga mereka sibuk dengan pekerjaannya masing-masing sehingga komunikasi yang terjalin menjadi kurang. (c) Masih kurang maksimalnya pemberian informasi yang dilakukan pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru kepada publik sehingga masih ada segelintir masyarakat di Kota Pekanbaru dan sekitarnya yang belum mengetahui tentang informasi yang diberikan.
  4. Strategi media BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) adalah melalui media massa (media cetak) dan media elektronik selalu diperlukan dan dibutuhkan oleh masyarakat, masyarakat setiap hari terus mengikuti perkembangan baik sosial, ekonomi, budaya, kesehatan dan lainnya dari media cetak dan elektronik sehingga melalui media tersebut pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dapat menyajikan segala aktivitasnya dan masyarakat dapat terus mengikuti perkembangannya.

## I. 6.2. Saran-Saran

1. Untuk tercapainya strategi komunikator BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) kepada masyarakat maka pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru hendaknya memberikan dukungan agar penciptaan komunikasi dapat berjalan dengan baik dan masalah-masalah yang timbul dalam organisasi dapat dihindarkan.
2. Untuk menyampaikan mensosialisasikan jaminan kesehatan nasional (JKN) maka pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru hendaknya melakukannya melalui media cetak, media elektronik dan media massa, untuk itu pihak BPJS Kesehatan Kota Pekanbaru hendaknya menjalin kerjasama yang baik dengan pihak berkepentingan yang bertujuan agar tujuan dalam penyampaian informasi jaminan kesehatan nasional (JKN) dapat tercapai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Oemi, 2006, *Dasar-Dasar Public Relations*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Aloliliweri, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Prenada Media Group, Jakarta
- Ardianto, Elvinaro, 2004, *Public Relation : Suatu Pendekatan Praktis*, Pustaka Bani Quraisy, Bandung
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*, Bandung. Arnico, 2006
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Effendi, Onong Unchjana, 2005, *Human Relation*, Mandar Maju, Bandung
- \_\_\_\_\_, 2006, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung

- Gumilar, Gumgum, 2007, *Pengantar Sosiologi*, Jakarta : Program Studi Ilmu Komunikasi Unikom.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Jefkins, Frank, 1992, *Public Relations*, Alih Bahasa : Haris Munandar, Erlangga, Jakarta.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumastuti, Frida, 2002, *Dasar-Dasar Humas*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Mars, 2005, *Analisis Data Penelitian*, Refika Aditama, Jakarta
- Moleong, Lexy J. 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Moore, Frazier, 2004, *Humas : Membangun Citra Dengan Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Mulyana, Deddy, 2005, *Humas Konteks-Konteks Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nitisemito, Alex, 2001, *Manajemen Personalialia*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta
- Ondang, Sitti Sarah C, 2007, *Rencana Program Sosialisasi Nilai-nilai Inti Pada Universitas X*, Jakarta : Universitas Indonesia.
- Pace Don F. Faules, 2000, *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Rangkuti, Freddy, 2006, *Teknik Mengukur dan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Ranupandojo, 2003, *Manajemen Personalialia*, Penerbit BPFE, Yogyakarta
- Rumanti, Maria Assupta. 2005, *Dasar-Dasar Public Relation ; Teori dan Praktek*, Gramedia Utama, Jakarta
- Ruslan, Rosady, 2006, *Public Relations dan Media Komunikasi*, Edisi Revisi, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- \_\_\_\_\_, 2007, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, Rajawali Pers, Jakarta
- Siagian, SP, 2000, *Sistem Informasi Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta
- Siti Nafsiah, “Prof. Hembeng pemenang *The Star of Asia Award*: pertama di Asia ketiga di dunia”, Gema Insani. 2000
- Soemirat, Saleh dan Elvinaro Ardianto, 2005, *Dasar-Dasar Public Relations*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Research*, Alfabeta, Jakarta
- Syabbudin, Cempaka, 2008, *Sosialisasi Program Carpooling Dengan Tujuan Membentuk Perilaku Hemat Energi di Perusahaan*, Jakarta : Universitas Indonesia.
- Tinambunan, WE, 2002, *Metodologi Penelitian Komunikasi Jilid I*. Sinar Kelas, Pekanbaru
- Widjaja, HAW, 1997, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Bumi Aksara, Jakarta.
- (<http://tiraskita.com>) ; “Baru 45% Pekerja di Riau Jadi Peserta BPJS”  
Senin, 14/11/2014